

Gestaltungshandbuch

der Stadt Füssen mit Bad Faulenbach, Hopfen am See und Weißensee
für Werbeanlagen und Sondernutzungen



Inhaltsverzeichnis

Werbung an der Fassade

1. Anbringung am Haus
2. Werbemöglichkeiten
3. Erlaubte Schriftgrößen
4. Schaufenster Beklebung
5. Schaukästen
6. Beleuchtung
7. Brauereilogos
8. Markisen
9. Unzulässige Werbeanlagen

Sondernutzungen - Gastronomie

1. Gestaltung der Freisitze
2. Sonnenschutz und Tageskarten

Sondernutzungen - Einzelhandel

1. Allgemeine Information
2. Warenauslagen
3. Sonderaktionen

Liebe Gewerbetreibende,

das vorliegende Gestaltungshandbuch der Stadt Füssen ist das Ergebnis des Arbeitskreises, der sich aus den Bereichen Einzelhandel, Wirtschaft, Tourismus, Hotellerie, Restaurants, Belange für Behinderte, Denkmalschutz und Verwaltung zusammengesetzt hat.

Gemeinsam waren wir uns einig, dass im sensiblen historischen Altstadtbereich sowie in den Ortsteilen Veränderungen vorgenommen werden müssen, um eine Steigerung des Qualitätsstandards zu erreichen.



Qualität beschränkt sich jedoch nicht nur auf die Gebäude einer Stadt, sie muss sich auch in der Gestaltung öffentlicher Plätze und Straßen widerspiegeln.

Hier muss eine Balance unter den Agierenden, das sind die Anwohner, Kunden, Personen mit Handicap, Geschäftsinhaber, Restaurantbesitzer und Touristen gefunden werden.

Wir zählen auf Ihre Mitarbeit und die Bereitschaft zur Veränderung.

Ihr



Maximilian Eichstetter
Erster Bürgermeister

Werbung an der Fassade

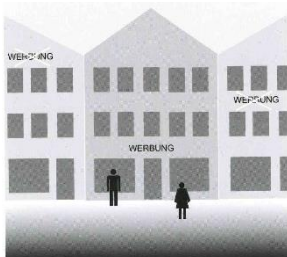
Werbeanlagen sind meist genehmigungspflichtig und dürfen nur an der „Stätte der Leistung“, d. h. nur direkt an der Geschäftsfassade angebracht werden.

Diese Vorschrift soll eine Hinweisbeschilderung unterbinden.

Damit eine Hausfassade erlebbar bleibt, soll die Werbeanlage effizient und knapp gestaltet sein. Dies bedeutet, dass in der Regel nur der Geschäftsname angebracht werden kann. Eine Auflistung der geführten Marken an der Fassade ist nicht erlaubt.

Geschäfte an Gebäudeecken können an jeder Fassade einen Werbeschriftzug anbringen. Pro Geschäft darf auch ein Nasenschild / Ausleger angebracht werden.

Anbringung am Haus



Am Brüstungsbereich zum ersten Obergeschoss

Befinden sich mehrere Mieteinheiten in einem Gebäude, sollte ein entsprechendes Werbekonzept erarbeitet werden, so dass jeder Mieter zum Zug kommt.

Markisen

dürfen im geöffneten Zustand nicht mehr als 1,30 m ausladen. Die lichte Höhe der geöffneten Markise soll mindestens 2,20 m und der senkrechte Abstand von einer Randsteinaußenkante mindestens 0,50 m betragen. Markisen sind auf die jeweilige Fensterbreite +10 cm zu beschränken. Die Maßstäblichkeit der gesamten Fassade muss auf alle Fälle erhalten bleiben. Die Spannung muss aus textilen Materialien hergestellt sein. Die Markise ist farblich auf die Fassade abzustimmen (nur einfarbige Ausführung; gedeckte Farben, keine grellen Farbtöne, nicht schwarz oder dunkel anthrazit). Eine Beschriftung des Volants ist nur vertretbar, wenn an der Fassade kein Werbeschriftzug möglich ist. Seitliche Volants sind nicht zulässig. Eine in der Wand bzw. in der Laibung integrierte Markisenkonstruktion ist einer vorgesetzten Konstruktion vorzuziehen.

Werbemöglichkeiten

Werbemöglichkeiten



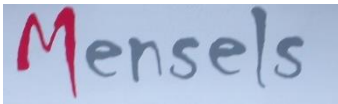
Werbeschilder mit Abstandshalter

Werbeschild in transparentem Plexi- oder Acrylglas. Beklebung des Firmennamens erfolgt von hinten. Unter bestimmten Voraussetzungen kann das Werbeschild farblich der Hausfassade angepasst werden.



Einzelbuchstaben mit Abstandshalter

Werkstoffe sind in Metall zu verwenden. Die Farbe sollte mit der Hausfassade in Einklang stehen (keine grellen Farbtöne)



Bemalung

Die Farbe sollte mit der Hausfassade in Einklang stehen (keine grellen Farbtöne)



Bemalung auf glatt verputzter Fläche („Spiegel“)

Wenn es die Fassade zulässt. Vorteil: leichtes Ausbessern beim Mieterwechsel, es entstehen keine Übergänge beim Nachstreichen an der Fassade



Ausleger

Schildgröße max.: Breite 80 cm und Dicke 6 cm

Ausführung: filigran bzw. kunsthandwerklich

Leuchtkästen sind generell nicht zulässig.

Ausladung ab Außenwand: bis max. 1 m.

Schriftgrößen, Schaufensterbeklebung und Schaukästen

Erlaubte Schriftgrößen

Schrifttyp und Farbe können weitgehend frei gewählt und modern gestaltet werden. Grelle Farbtöne und Signalfarben sind jedoch nicht zulässig.

Die Anbringung ist nur waagrecht zulässig (Ausnahme bei Hotels; hier kann das Wort „HOTEL“ in senkrechter Buchstabenfolge zugelassen werden).

Allerdings muss die Größe der Anlage in der Proportion auch zum Anbringungsort passen, d.h. je schmaler ein Haus, desto geringer auch die Schrifthöhe und –breite; architektonische Elemente der Fassade – z. B. Fenster – sind zu berücksichtigen.

WERBUNG	⇅ max. 35 cm
werbung	⇅ max. 8 cm

Schaufensterbeklebung

Schaufenster sollen erlebbar bleiben.

Dies schließt aus, dass die Scheiben groß- oder vollflächig verklebt werden.

Dezent gestaltete Werbeaufdrucke sind im Einzelfall ausnahmsweise möglich.

Die Beklebung muss von innen angebracht werden und es dürfen nur folgende Farben verwendet werden: weiß, grau, silber oder gold.

Da bei Geschäften manchmal nicht alle Schaufenster mit Durchblick in das Geschäft erhalten werden können, haben viele Ladenbesitzer eine wirksame Lösung gefunden.

Zum Beispiel werden Poster mit deutlichem Abstand hinter der Scheibe abgehängt, so dass das „Schau-Fenster“ weiter als solches wirken kann.

Schaukästen

Schaukästen und Wandautomaten dürfen die Gebäudefront nicht überschreiten.

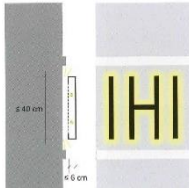
Von Gebäudeecken ist ein Abstand von mind. 1 m einzuhalten.

Die Beleuchtung der Schaukästen ist blendungsfrei abzuschirmen.

Beleuchtung

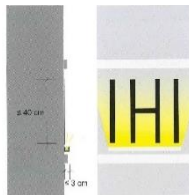
Beleuchtung

kann nur zugelassen werden, wenn eine der folgenden Voraussetzungen erfüllt wird:



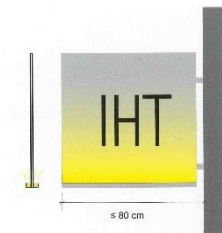
Schattenschriften

d.h. vor die Wand gesetzte Einzelbuchstaben aus dunklem Metall, welche hinterleuchtet werden.



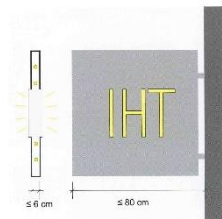
Filigrane Leuchtschiene

d.h. aufgemalte Schriftzüge können mittels LED-Technik von unten her angestrahlt werden.



Beleuchtung von Auslegern

bevorzugt mittels LED-Schiene von unten her anstrahlen oder anhand seitlich angebrachter Einzelstrahler (nicht blendend)



oder je nach Geschäftslage werden ausnahmsweise auch dekupierte Schriftzüge zugelassen

Brauereilogos und Markisen**Brauereilogos****Maximal ein Logo pro Gaststätte mit 30 cm Durchmesser**

Nachdem die Brauereien als Traditionsbetriebe in Bayern noch immer einen besonderen Stellenwert einnehmen und die Gastronomiebetriebe häufig in Kooperation mit einer Brauerei stehen, wird ausnahmsweise ein Brauerei-Logo zugelassen.

Unzulässige Werbeanlagen

- Werbung ab 1,5 m² Ansichtsfläche
- Werbeanlagen mit wechselndem, reflektierendem und bewegtem Licht, z.B. durch Beamer oder Laser
- Lichtwerbung, die störend in den Straßenraum hineinwirkt
- Lichtwerbung in grellen Farben
- Leuchtkästen (innen liegende, flächig wirkende Beleuchtung)
- Bildschirme oder Displays im Schaufenster oder sonst nach außen wirkend
- Bänder oder Plakate, die auf Schaufensterscheiben befestigt werden
- Bewegliche Werbeanlagen in Form von Fahnen, Säulen, Luftballons etc.
- Tafeln aller Art; abweichend hiervon sind bei Gastronomiebetrieben maximal zwei Tafeln, die zum Anbieten von Speisen u. ä. dienen, am Ort des Betriebes zulässig

- Beschriftungen auf Markisen; abweichend hiervon kommt eine Zulassung im Einzelfall in Frage, soweit ein Schriftzug an der Fassade nicht möglich ist
- Werbeanlagen unmittelbar am Boden oder im Boden eingelassen
- Werbeanlagen in senkrechter Buchstabenfolge, Ausnahme bei Hotels, hier darf das Wort „HOTEL“ im Ausnahmefall so gesetzt werden
- Serienmäßig hergestellte Werbung einschließlich registrierter Waren- und Firmenzeichen, wenn die Fremdwirkung stark überwiegt (z.B. Markenreklame) und sie auf die historische Umgebung nicht Rücksicht nimmt
- die Auflistung von Produktnamen an Werbeträgern oder der Fassade
- Werbung an Balkonen, Erkern oder Fensterläden
- Hinweisschilder auf Lokale, Geschäfte etc. in Seitengassen
- Zeitlich überholte Werbung, d.h., die insbesondere auf nicht mehr bestehende Betriebsstätten, Nutzungen, Veranstaltungen oder Aktionen hinweist.

Sondernutzungen Allgemeines

Unsere Stadt muss erlebbar werden!

Die historische Bausubstanz und der mittelalterliche Altstadtflair sowie auch die Flaniermeilen unserer Ortsteile müssen durch Qualität bewahrt und verbessert werden.

Hierüber waren sich alle Beteiligten einig: „Wie bisher kann es nicht weitergehen“. Plattenbeläge, Gehsteige, Straße und Gassen waren zugestellt mit Dreieckständern (sog. Kundenstopper), Fahnen (Beachflags), Warenauslagen verschiedenster Größen mit unterschiedlichsten Materialien und teilweise grellsten Farbgebungen. Dem Besucher bot sicher eher das Bild eines billigen Jahrmarkt-Geländes, als das einer historischen Altstadt mit modernem Flair.

Weniger ist mehr ...

oft wurde diese Aussage seitens Geschäftsinhaber, Bürger und Touristen getroffen und an die Verwaltung weitergegeben. Viele erachten diese Verbote als sinnvolle Maßnahme für eine Qualitätssicherung.

Auslagen sollen bereichern und nicht verunstalten!

Antrag auf Sondernutzungserlaubnis

Wer den Stadtgrund zur Warenpräsentation oder zur Aufstellung eines Freisitzes nutzen möchte, muss einen entsprechenden Antrag auf Sondernutzungserlaubnis stellen und die hier im Handbuch vorgegebenen Regeln beachten.

Eine Neuaufstellung bzw. Änderung der Gestaltung von Mobiliar bzw. Schirmen muss stets mit der Stadt abgestimmt werden.

Für die Sondernutzungserlaubnis wird eine jährliche Sondernutzungsgebühr fällig, die sich aus der benötigten Fläche errechnet und immer zum 1. August eingezogen wird.

Bei Nichteinhaltung der Vorgaben wird der Entzug der Sondernutzung veranlasst.

Gestaltung der Freisitze

Gestaltung von Stühlen und Tischen

Bestuhlung in Form von Metallrohr-, Holz-, PVC-Geflecht-Rattan Konstruktionen (einfaches elegantes Design – keine Bierzeltgarnituren oder herkömmliche Plastikstühle). Zugelassen wird nur ein Stuhl-, Tisch- oder Schirmtyp eines Fabrikats.

Beispiele:



Was zu beachten ist:

- ein räumlicher Zusammenhang von Lokal und Freisitz ist erforderlich
- bei beengten Platzverhältnissen sind die Tische möglichst klein zu bemessen
- die Beweglichkeit der Möblierung muss jederzeit sichergestellt sein
- der bewirtschaftete Platz ist täglich gereinigt zu halten
- durch die Aufstellung eines Freisitzes darf keine Behinderung des öffentlichen Verkehrs erfolgen
- die Freisitze müssen innerhalb der vorhandenen Markierung aufgestellt werden (siehe Markierungsnägel).

Unzulässig sind:

- zaun- oder heckenartige Abriegelungen
- das Auslegen von Teppichen oder sonstigen Bodenbelägen sowie das Anbringen von Podesten
- die Lagerung des Mobiliars im gestapelten Zustand außerhalb der Bewirtschaftungszeit

Sonnenschutz und Tageskarten

Sonnenschutz

Beschirmung einfarbig in beige oder naturfarben ohne Volant und ohne jeglicher Fremd- oder Produktwerbung

Beispiele:



Durchmesser:
max. 4 m
Lichte Höhe: 2 m
Höhe: 2,20 m

Was zu beachten ist:

- Die Bodenhülsen sind bei Nichtbenutzung stets abzudecken.
- Die Sonnenschirme dürfen die Grenzen der Freisitzflächen nicht überragen sowie durch Höhe und Ausladung die dahinterliegenden Geschäfte nicht verdecken.
- Die Verwendung von Folien/Planen zum Zweck des Wind-, Sonnen- und Regenschutzes ist nicht erlaubt.

Tageskarten:

Zwei schwarze Tafeln in einer Größe von max. DIN A 1 an der Fassade aufgehängt.

(Voraussetzung: ohne jegliche Fremd- oder Produktwerbung)

Beispiele:



Sondernutzung Einzelhandel

Allgemeine Grundsätze

Eine Genehmigung kann immer dann erteilt werden, wenn nicht bereits eine Häufung auf privatem Grund vorliegt.

Die Fassade und die Schaufenster müssen trotz Warenpräsentation weiterhin erlebbar sein. Dies schließt eine Dekoration der Fassade mit Waren aus.

Eine Sortimentsbeschränkung gibt es nicht.

Rahmenbedingungen für die Warenpräsentation:

Warenauslagen sollen für Kunden in erster Linie einen Anreiz bieten, das Geschäft zu betreten. Der Straßengrund ist nicht die Hauptverkaufsfläche!

Die Erlaubnis für das Aufstellen von Warenauslagen vor einem Einzelhandelsgeschäft im Geltungsbereich kann für Waren, soweit diese zu seinem Sortiment gehören und sofern keine übermäßige Häufung (insbesondere im Zusammenhang mit Warenauslagen auf Privatgrund) entsteht, nur unter folgenden Voraussetzungen erteilt werden:

Warenauslagen:

Sie sind gestalterisch untergeordnet auszuführen und müssen unmittelbar **vor dem Gebäude** mit einer **Tiefe bis zu 0,80 m** und einer **max. Höhe bis zu 1,80 m** aufgestellt werden. (Ausnahmen unterliegen einer individuellen Genehmigung, z.B. Postkarten-, Brillen- oder Hutständer – für die Berechnung der Sondernutzungsgebühr ist Grundfläche des Ständers entscheidend).

Im Interesse eines klar strukturierten Erscheinungsbildes können pro Ladengeschäft maximal zwei unterschiedliche Konstruktionsarten für Warenpräsentationen gewählt werden.

- Bei Bekleidungsgeschäften können ausnahmsweise bis zu zwei Puppen oder Büsten zur Warenpräsentation zugelassen werden,
- sofern es das Erscheinungsbild der Fassade nicht beeinträchtigt.

Warenauslagen



bei einer Geschäftsfassade
bis zu 3 m Länge:
**2/3 der Länge der
Geschäftsfassade**



bei einer Geschäftsfassade
von 3 m – 6 m Länge:
**2 m der Länge der
Geschäftsfassade**

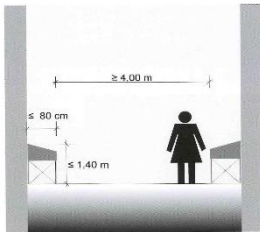


bei einer Geschäftsfassade
von über 6 m Länge:
**1/3 der Länge der
Geschäftsfassade**

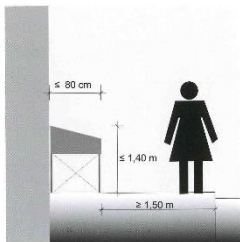
Warenauslagen



Für Obst, Gemüse und Blumenläden werden je Gebäudeseite Warenauslagen **bis zu 2/3 der Länge** der Geschäftsfassade zugelassen.



Bei niveaugleichem Straßenbau muss nach Abzug der beiderseits möglichen maximalen Ausladungstiefe für Warenauslagen eine **Mindestfahrbahnbreite von 4 m** für Rettungsfahrzeuge eingehalten werden.



Bei vorhandenen **Gehwegen** ist eine Warenauslage nur zulässig, wenn auf der jeweiligen **Gehwegfläche** eine **Minstdurchgangsbreite von 1,50 m** verbleibt.

Bei **nicht befahrbaren Verkehrsflächen** muss nach Abzug der beiderseits grundsätzlich möglichen maximalen Ausladungstiefe für Warenauslagen eine **Minstdurchgangsbreite von 1,50 m für Rettungskräfte** eingehalten werden.

Sonderaktionen

Sonderaktionen:

In Anlehnung an die Schlussverkäufe werden sogenannte Sonderaktionen auf einen Monat pro Kalenderjahr beschränkt.

Dabei steht den Geschäftsinhabern frei, ob sie diesen Zeitraum am Stück oder in Abschnitten nutzen wollen.

Schaufensterbeklebung, Fahnen, Transparente für die Sonderaktion im Außenbereich sind bei der Stadt gesondert zu beantragen.

Was zu beachten ist:

Die Gestaltung einer Warenauslage ist so auszuführen, dass sie sich in das Stadtbild einfügt. Bei der Gestaltung der Warenauslagen sind folgende Gesichtspunkte zu beachten:

- die notwendigen Konstruktionen zur Warenpräsentation sind in Metall auszuführen
- Verkaufstische sind nur bei Obst und Gemüse zulässig

Unzulässig sind:

- grelle Farbgebung und Werbeaufdrucke
- Fahnen und Dreieckständer
- Dekorationselemente wie z.B. Rieseneistüten, Plastikhandy, aufblasbare Gegenstände
- die Aufstellung von Sonnenschirmen in Verbindung mit einer Warenauslage
- Warenschütten und Wühltische
- Podeste oder Einzäunungen und seitliche Abschirmungen
- Fahrradständer mit Fremdwerbung
- eine Warenpräsentation auf dem Boden
- das Abstellen von Fahrzeugen oder Fahrzeuganhängern zum Zwecke der Werbung

Ansprechpartner:

Werbeanlagen:

Bauverwaltung

Telefon: 08362 / 903-151

E-Mail: baumt@stadt-fuessen.de

Sondernutzungen:

Kommunaler Ordnungsdienst

Telefon: 08362 / 903-180

E-Mail:

kommunaler.ordnungsdienst@stadt-fuessen.de

Weitere Fragen/Anliegen:

Bürgermeister Maximilian Eichstetter

Telefon: 08362 / 903-100

E-Mail: m.eichstetter@stadt-fuessen.de

Herausgeber

Stadt Füssen

Lechhalde 3, 87629 Füssen

www.stadt-fuessen.de

Telefon: 08362/903-0

E-Mail: stadtverwaltung@stadt-fuessen.de